

**LAPORAN SKRIPSI**

**Bauran Komunikasi Pemasaran pada Throox Original sebagai  
*Distro Clothing Berdasarkan pada Skateboarding Fashion***



**SEVERIN HANUSA PUTRI**

**14.M1.0088**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA THROOX ORIGINAL  
SEBAGAI *DISTRO CLOTHING* BERDASARKAN PADA  
*SKATEBOARDING FASHION***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas  
Katolik Soegijapranata

Disusun oleh:

**SEVERIN HANUSA PUTRI**

**14.M1.0088**

Semarang, 21 Desember 2020

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pertama

Drs. H. Hermawan Pancasiwi., B.A, M.Si

NPP 058.1.1992.122

Dosen Pembimbing Kedua

Rotumiar Pasaribu, S.S.,M.I.Kom

NPP058.1.2014.294

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA THROOX ORIGINAL  
SEBAGAI *DISTRO CLOTHING* BERDASARKAN PADA  
*SKATEBOARDING FASHION***

Disusun oleh:

**SEVERIN HANUSA PUTRI**

**14.M1.0088**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal: 26 November 2020

Dosen Penguji :

- 1 Drs. H. Hermawan Pancasiwi., B.A., M.Si
- 2 Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom
- 3 Drs. St. Hardiyarso., M.Hum

()  
()  
()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi Pada tanggal: 26 November 2020

  
Dr. Margella Ekyana Simanjuntak, SH., CN., M.Hum

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

**BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA THROOX  
ORIGINAL SEBAGAI *DISTRO CLOTHING* BERDASARKAN  
PADA *SKATEBOARDING FASHION***

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 21 Desember 2020

(meterai Rp 6.000)



Severin Hanusa Putri

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Severin Hanusa Putri

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

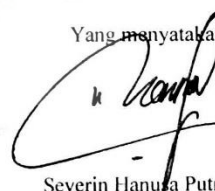
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **Bauran Komunikasi Pemasaran pada Throox Original sebagai Distro Clothing Berdasarkan pada Skateboarding Fashion** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 22 Januari 2021

Yang menyatakan



Severin Hanusa Putri



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Bauran Komunikasi Pemasaran pada Throox Original sebagai Distro Clothing Berdasarkan pada Skateboarding Fashion”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Cukup banyak kesulitan yang penulis temui dalam penulisan skripsi ini, tetapi Puji Tuhan dapat penulis atasi dan selesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Semarang, 12 November 2020

Penulis,



Severin Hanusa Putri

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua tercinta yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Kemudian terima kasih banyak untuk kakak tercinta Ludovicus Satya Hanusa Bakti dan Devita Kurnianingtyas, keponakan tercinta Jonas dan Koleta yang telah memberikan dukungan serta perhatian kepada peneliti.
3. Kepada keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan penelitian ini.
4. Kepada Bapak Drs. H. Hermawan Pancasiwi., B.A, M.Si, selaku dosen pembimbing pertama yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dorongan, dan semangat kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Kepada Ibu Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing kedua dan dosen wali yang selalu memberikan dukungan, perhatian, semangat dari awal menjadi mahasiswa hingga saat ini.
6. Kepada Bapak Abraham Wahyu N., S.I.Kom, M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.
7. Segenap dosen dan seluruh staf akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada pihak *Throox Original* yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melangsungkan penelitian dan memperoleh data, terutama kepada Cik Sari, Mas Teddy, dan Haikal yang memberikan dukungan secara moril kepada peneliti serta mengarahkan peneliti dalam proses pengambilan data.
9. Kepada Agustinus Bagus Suryo Prashojo selaku seseorang yang spesial dari penulis, terima kasih untuk semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis selama mengerjakan penelitian ini.
10. Kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook atau yang sering disebut BTS, yang memberikan kekuatan dan dukungan kepada penulis lewat lagu-lagu mereka, penulis sangat mengucapkan terimakasih atas kampanye mereka yang bertajuk “*LOVE YOURSELF, SPEAK YOURSELF*” sehingga penulis menjadi semangat dalam melakukan penelitian dan menjalani hidup.

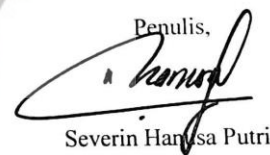


11. Kepada Samuel Bintang Nugroho selaku teman seperjuangan penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir secara bersama-sama.
12. Kepada Mbak Rahma, Mas Hun, Gesby, dan mbak Lucky, selaku teman-teman dekat penulis yang selalu menghibur, memberikan semangat, dan menemani penulis saat melakukan penelitian.
13. Kepada Elsa Manora Tarigan dan Riries Angelishita selaku saudara dan sahabat, terimakasih atas hiburan dan semangatnya.
14. Kepada Hanna, Gita, Kezia, Dinda, Karin, dan Faras, selaku partner bisnis dan sahabat yang selama ini selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
15. Teman-teman angkatan 2014 Ilmu Komunikasi UNIKA Soegijapranata, terimakasih banyak atas keceriaan yang kalian berikan, suka dan duka dalam masa perkuliahan.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Semarang, 12 November 2020

Penulis,



Severin Harysa Putri

## ABSTRAK

SEVERIN HANUSA PUTRI, NIM: 14.M1.0088. Bauran Komunikasi Pemasaran pada Throox Original sebagai Distro Clothing Berdasarkan pada Skateboarding Fashion. Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi. Universitas Katholik Soegijapranata. 2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Throox Original sebagai *Distro Clothing* berdasarkan pada *Skateboarding Fashion*. Banyaknya *Distro Clothing* di Kota Surakarta mengakibatkan persaingan antara *Distro Clothing* tersebut dengan yang lainnya. *Throox Original* mengangkat tema *Skateboarding Fashion* untuk produk-produk yang dijual. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan Bauran Komunikasi Pemasaran pada *Throox Original* sebagai *Distro Clothing* Berdasarkan pada *Skateboarding Fashion*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif metode deskriptif. Metode deskriptif adalah melakukan penelitian langsung secara intensif, observasi, wawancara yang mendalam, menggambarkan dan menyajikan sesuai fakta yang ada di lapangan. Penulis dalam menggali informasi melakukan wawancara mendalam dengan *Head Manager*, *staff* bagian pemasaran, *staff* bagian periklanan, dan pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Throox Original*. Hasil dari penelitian ini adalah dengan menggunakan bauran komunikasi pemasaran, *Throox Original* menggunakan tiga tahap yaitu periklanan, promosi penjualan, dan acara dan pengalaman. Pada tahap periklanan mempermudah mereka dalam mengenalkan produk dan cepat diakses oleh calon pembeli melalui *instagram* dan *LINE@*, pada tahap promosi penjualan *Throox Original* memberikan bonus produk secara gratis untuk menarik pelanggan, dan pada tahap acara dan pengalaman *Throox Original* berpartisipasi dalam acara *Go Skateboarding Day* dan *Sole Vacation* sebagai sponsor untuk mengenal lebih dekat calon pembeli.

**Kata Kunci:** Bauran Komunikasi Pemasaran, *Distro Clothing*, *Skateboarding Fashion*

## ABSTRACT

SEVERIN HANUSA PUTRI, NIM: 14.M1.0088. Marketing Communication Mix of Throox Original as A *Distro Clothing* Based on *Skateboarding Fashion*. A thesis, Majoring in Communication Science. Faculty of Law and Communication. Soegijapranata Catholic University. 2020

The research aimed to found out the use of marketing communication mix in Throox Original as a distro clothing on the skateboarding fashion. The number of distro clothings in the city of Surakarta affected the competition between these distro clothing with other. Throox Original themed skateboarding fashion to sale their products. Therefore, the author interested to researched how the use of marketing communication mix worked to Throox Original as distro clothing which sale the skateboarding fashion. The research qualitative research was using descriptive method. Descriptive method namely did direct research intensively, observation, describing and in- depth interview, explained and according to the fact in the field. Researchers in dug information conducted in-depth interviews with Head Manager, marketing staff, advertising staff, and customers. The study was aiming to determined the implementation of marketing communication mix conducted by Throox Original. The research result that Throox Original was using three step of the marketing communication mix namely, advertising, sales promotion, and event and experience. In the advertising stage could facilitated Throox Original to introduced their products and the prospective buyers could quickly accessed the products from Instagram and Line@, in the sales promotion stage, Throox Original was giving some free stuff to entertained the buyer, and in the event and experiences stage, Throox Original was participating into Go Skateboarding Day and Sole Vacation as the sponsor to approached the prospective buyers.

**Keyword: Marketing Communication Mix, Distro Clothing, Skateboarding Fashion**

## DAFTAR ISI

Cover.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT .....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian .....	6
1.6 Metode Penelitian .....	6
1.6.1 Jenis Penelitian .....	6
1.6.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	7
1.6.3 Subyek dan Obyek Penelitian .....	7
1.6.4 Sampel Penelitian .....	7
1.6.5 Sumber Data.....	8
1.6.5.1 Data Primer.....	8
1.6.5.2 Data Sekunder.....	8
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	9
1.6.6.1 Teknik Wawancara .....	9
1.6.6.2 Teknik Observasi.....	10
1.6.6.3 Teknik Dokumentasi .....	10
1.6.6.4 Studi Kepustakaan .....	11
1.6.7 Teknik Analisis Data .....	11
1.6.7.1 Reduksi data ( <i>data reduction</i> ) .....	11

1.6.7.2 Penyajian data ( <i>data display</i> ).....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Komunikasi .....	18
2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	19
2.3 Periklanan .....	21
2.4 Promosi Penjualan .....	22
2.5 Acara dan Pengalaman .....	23
2.6 <i>Throox Original</i> .....	23
<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian.....	30
3.4 Sampel Penelitian.....	30
3.5 Sumber Data .....	30
3.5.1 Data Primer.....	30
3.5.2 Data Sekunder.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6.1 Teknik Observasi.....	32
3.6.2 Teknik Wawancara.....	32
3.6.3 Teknik Dokumentasi .....	33
3.6.4 Studi Kepustakaan .....	34
3.7 Teknik Analisis Data .....	34
3.7.1 Reduksi data ( <i>data reduction</i> ) .....	34
3.7.2 Penyajian data ( <i>data display</i> ) .....	35
3.7.3 Pengujian kesimpulan ( <i>drawing and verifying conclusion</i> ) .....	35
<b>BAB IV .....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Umum <i>Throox Original</i> .....	37
4.1.1 Profil <i>Throox Original</i> .....	37
4.1.2 Lokasi Penelitian .....	39



<b>4.2 Bauran Komunikasi Pemasaran <i>Throox Original</i></b> .....	<b>40</b>
<b>4.2.1 Periklanan</b> .....	<b>41</b>
<b>4.2.2 Promosi Penjualan</b> .....	<b>48</b>
<b>4.2.3 Acara dan Pengalaman</b> .....	<b>55</b>
<b>KESIMPULAN</b> .....	<b>61</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>61</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>62</b>



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	21
Bagan 2.2 Struktur Organisasi <i>Throox Original</i> .....	24



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Throox Original</i> tampak luar .....	39
Gambar 4.2 Iklan pada instagram @throox_original .....	43
Gambar 4.2 Iklan pada instagram @throox_original .....	43
Gambar 4.4 Iklan pada Line@ <i>Throox Original</i> .....	45
Gambar 4.5 Promosi Penjualan oleh <i>Throox Original</i> Pack1 .....	49
Gambar 4.6 Promosi Penjualan oleh <i>Throox Original</i> Pack2 .....	50
Gambar 4.7 Promosi Penjualan oleh <i>Throox Original</i> Pack3 .....	51
Gambar 4.8 Promosi Penjualan oleh <i>Throox Original</i> Pack4 .....	52
Gambar 4.9 Produk kaos kaki <i>skateboard</i> <i>Throox Original</i> .....	53
Gambar 4.10 promo <i>lucky draw</i> <i>Throox Original</i> .....	54
Gambar 4.11 <i>Throox Original</i> menjadi sponsor <i>Go Skateboarding Day</i> .....	57
Gambar 4.12 <i>Throox Original</i> menjadi sponsor <i>Go Skateboarding Day</i> .....	59



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....</b>	<b>16</b>
<b>(Tabel 2.2 Jenis produk dan harga produk <i>Throox Original</i>) .....</b>	<b>26</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1: Data Narasumber .....</b>	<b>66</b>
<b>PEDOMAN WAWANCARA.....</b>	<b>67</b>
<b>Pedoman wawancara dengan <i>Head Manager, Head of Marketing, dan bagian periklanan Throox Original</i>.....</b>	<b>67</b>
<b>Pedoman wawancara dengan <i>customer Throox Original</i> .....</b>	<b>69</b>

